Новосибирский государственный технический университет

Министерство образования Российской Федерации

Факультет гуманитарного образования

Реферат

по дисциплине

Социология

на тему:

Социальный портрет российского предпринимателя

Выполнила: Рыбакова И.А.

Группа: СР-81

Проверил: Чуркин И.Ю.

Новосибирск 2010

Содержание

Введение

Глава 1. Предпринимательство – источник дохода

1.1 Предпринимательство как объект и субъект управления

1.2 Российское предпринимательство: основные условия деятельности

Глава 2. Социальный портрет российского предпринимателя

2.1 Общее представление о российском предпринимателе

2.2 Ценности и мотивы российских предпринимателей

Заключение

Список литературы

**Введение**

**Актуальность темы исследования**. В современных условиях социально-экономическое развитие общества базируется, в основном, на эффективном использовании рыночных сил, на задействовании всех внутренних потенциалов и инициатив, на умении приводить в действие предпринимательский ресурс.

Особую значимость для выявления вариантов и путей возможного развития предпринимательства имеют личностные качества предпринимателя в определенной их комбинации, так как они обусловливают активность его деятельности, определяют характер принимаемых им решений и обосновывают его мотивацию к бизнесу в целом; набор этих качеств является в некотором роде уникальным и отличает предпринимателя от людей, не занятых в организации и (или) управлении бизнесом.

Процесс становления предпринимательства в России протекает весьма драматично, что выражается и в непоследовательной политике государства, и в криминализации экономических отношений, и в сломанных человеческих судьбах.

Предприниматели в России неоднородная группа, среди них представители различных профессий, возрастных групп. Об этом говорят данные, полученные в ходе проведенного в 2005 г. исследования, в результате которого было опрошено около двухсот экспертов - представителей малого и среднего бизнеса. Так основными социальными источниками пополнения слоя предпринимателей в настоящее время являются студенты - 46, 8 %, инженерно - технические работники - 13, 5 %, руководители предприятий - 10, 5 %, безработные - 7,3 %, преподаватели - 5, 6 % , военнослужащие - 4,5 %.

Предпринимательский слой является одновременно и самым очевидным результатом изменения российского общества. Он активно воздействует на социальную структуру и формирует новые социальные отношения.

**Степень научной разработанности.** Составление социального портрета современного российского предпринимателя, представляется возможным осуществить с помощью анализа многочисленных публикаций, посвященных этой теме и материалов социологического исследования.

Среди отечественных исследований в области социологии предпринимательства наибольший интерес представили работы таких авторов как Радаев В.В., Бабаева Л.В., Грищенко Ж.М., Глазырина В.В., Панеях Е.Л., Ивлева И. Эти работы создают социальный портрет российского предпринимателя, его внешние характеристики (демографические, социально-экономические), специфические черты.

В работах Н.Н. Зарубиной, О. Крыштановской предпринимательство является особого рода практики, специфическим образом организующей ценностные и нормативные составляющие хозяйственной деятельности[[1]](#footnote-1). В литературе такого рода предлагается схематическая иллюстрация множества вариантов хозяйственной деятельности, приобретающих облик тех или иных профессиональных свершений в зависимости от экономического уклада[[2]](#footnote-2).

По Веберу, настоящему предпринимателю так называемого европейского типа, чужда показная роскошь и расточительство, упоение властью. Его образу жизни свойственна аскетическая направленность. Богатство дает ему только ощущение хорошо исполненного долга в рамках своего призвания. Согласно более поздней концепции Й. Шумпетера, типичным предпринимательским мотивом выступает удовлетворение или радость от самого процесса и результатов свободного от бюрократических пут труда. Несмотря на разные мировоззренческие позиции и время, в которое создавались труды двух авторов, у них много общего. Однако в отличие от Вебера, акцентировавшего не столько предпринимательство, сколько капитализм в целом, Шумпетер на первый план выдвинул феномен предпринимательства. Производство понималось им в широком смысле этого – не столько как изготовление продукции, сколько как поиск свободной ниши на рынке[[3]](#footnote-3).

**Проблема.** Недостаточно четко представление роли и места предпринимателя в общественной и экономической структуре страны.

**Объектом** данной реферативной работы являются российские предприниматели в современном обществе.

**Предметом** данной реферативной работы является социальный портрет предпринимателя в процессе социальной стратификации.

**Целью** данной реферативной работы является изучение российского предпринимателя как социальной группы.

**Задачи:**

1. Выявить критерии формирования российского предпринимательства.
2. Рассмотреть специфические особенности деятельности российского предпринимателя.
3. Проанализировать причины, подтолкнувшие людей заняться бизнесом.

Глава 1. Предпринимательство. Основные представления

1.1 Предпринимательство как объект и субъект управления

Говоря о предпринимателях «нового бизнеса» и «новых хозяйственных формированиях», в данную группу включают не столько «кооперативы», «частные и индивидуальные предприятия», «товарищества с ограниченной ответственностью», сколько «акционерные общества», «ассоциации», «концерны» и «консорциумы». Официальная статистика считает предпринимателями самые разные категории. Например: наемный персонал, задействованный «в деле» (рабочих, специалистов, управленцев), и предпринимателей «в истинном смысле этого слова» (тех, кто действительно создавал, развивал и поддерживал «свое дело»)[[4]](#footnote-4).

Теперь рассмотрим ранее приводимые подходы. Каков источник предпринимательского дохода и каково его реальное содержание? Произвольно оперируя понятиями «предпринимательский доход», «предпринимательская деятельность», «доход от собственности», уравнивая «настоящих предпринимателей» и «россиян, работающих в частном секторе», экономисты и журналисты возвращают нас к концепции «классического предпринимательства». Иными словами, к концепции «экономического человека». Но правильно ли это утверждение? В самом начале (1990 г.) рыночных реформ, их идеолог Е. Ясин предложил методологический подход, который лег в основу всей экономической политики: «Особо следует выделить социальные и политические проблемы, связанные с формированием рыночной экономики. Рынок – социально-политическое поле деятельности. Человек со свойственным ему рациональным поведением, сильными мотивами личной выгоды, расчетливости и предприимчивости, готовностью идти на риск, с ощущением личной ответственности за свои действия должен получить общественное признание. Равным образом должны быть признаны обществом значительные различия в материальной обеспеченности людей». Россиянам предлагали иметь дело с «экономическим человеком» - предельно рационализированным индивидом с сильной мотивацией достижения[[5]](#footnote-5).

Понятие «экономический человек» включает несколько позиций: атомизированный абстрактный человек, максимизирующий функцию полезности и потому – рациональный эгоист, стремящийся только к собственной выгоде. В качестве атомизированного он рассматривается вне привычных социальных связей – как «средний нормальный» (в статистическом смысле) индивид. Предсказуемый в своих экономических предпочтениях и реакциях на изменение материальных условий человек. Человек, функционирующий в идеальной среде равновесия спроса и предложения и потому легко управляемый через изменение цен на редкие ресурсы, ограничение желаний. Человек, имеющий право проявлять инициативу предпринимательского типа, обусловленную соответствующими институтами рыночной экономики и регулируемую законодательными актами. Человек, калькулирующий (М. Вебер). Зная, в чем именно состоит его выгода, он четко выбирает цель и рассчитывает сравнительные издержки, связанные с этим выбором. Человек, имеющий необходимую информацию о событиях на рынке и потому совершающий выгодные сделки. Поскольку он хорошо информирован, то знает не только собственные потребности, но и пути их удовлетворения. Набор из шести экономических переменных образует модель социального поведения, которая называется «Homo Economics». Именно на основе этой концепции правительство Е. Гайдара проводило рыночные реформы. Правда, сразу возникли вопросы, и не только у российских социологов, но и у американских экономистов. Вернемся к «классическому типу» предпринимателя и его инновационной функции. Такую трактовку дал американский ученый австрийского происхождения Й. Шумпетер. Он считал, что роль предпринимателя отличается от роли капиталиста и рабочего. Предприниматель изначально не имеет капитала и не продает свой труд, зато обладает организаторскими и лидерскими способностями, инициативой, способностью идти на риск. Предприниматели образуют особый класс только в том смысле, что исследователь может при классификации вычленить их в отдельную группу. Предприниматели являются хозяйствующими субъектами особого и не всегда присущего одним и тем же индивидуумам вида, - но отнюдь не в смысле того социального явления, которое имеют в виду, когда говорят о формировании классов и «классовой борьбе». Й.Шумпетер считает, что своеобразие поведения предпринимателя заключается в двух моментах. Во-первых, быть предпринимателем – значит делать не то, что делают другие; во-вторых, быть предпринимателем – значит делать не так, как делают другие, а это требует качественно иных способностей, нежели способность просто давать оценки в рамках обычного кругооборота. Предприниматель выполняет особую функцию в социальном экономическом процессе. Благодаря такому институту как кредит, предприниматель мобилизует факторы производства и, получив их в распоряжение, осуществляет инновационную деятельность. Инновационность – особый инструмент предпринимательства, который направлен на то, чтобы вдохнуть в имеющиеся ресурсы новые свойства с целью созидания благ[[6]](#footnote-6). Ресурс как таковой не существует до тех пор, пока человек не найдет в природе что-нибудь полезное и не наделит его экономической ценностью. В задачи предпринимателей входят целенаправленный поиск источников нововведений, а также изменение их признаков, что позволяет добиться успеха. На Западе «классический предприниматель» отождествляется с активностью по созданию новых благ, нетрадиционным решением вопросов по внедрению новых технологий, продуктов и услуг, поиском «новых комбинаций» управления производством. Судя по исходным положениям экономической науки, к концу 1995 года Россия получила именно такой тип. Согласно официальной статистике, численность предпринимателей превысила 26 млн. человек, а совокупный предпринимательский доход «перевесил» совокупную «заработную плату». Заметим, что к предпринимателям относятся также коммерсанты, снабженцы, торговцы, фермеры, кооператоры, арендаторы, то есть все те, кто на свой страх и риск создают и ведут предприятия, организуют производство и сбыт продукции. Предполагается, что эти группы возьмут на себя задачи, которые до сих пор оставались исключительной прерогативой чиновников. С одной стороны, чиновник - особая каста, пользующаяся наибольшими привилегиями и властью, с другой - рыночная экономика нуждается в квалифицированном регулировании, значит, она нуждается в грамотном и ответственном чиновнике. Однако перевоплощение «номенклатурщика» в «предпринимателя» наводит на вопрос. Что это – стратегия или только «идеология»? Б.Н. Ельцин пошел по пути, проложенному большевиками и царями, опираясь на разрастающиеся бюрократические структуры. Поэтому «неудивительно, что в них зачастую работают те же люди, что при советской власти. На основе проводимой экономической политики по всей России наблюдается расцвет бюрократии».

Считается, что слой предпринимателей в развитом капиталистическом обществе очень тонкий и охватывает до 4% населения. В России можно выделить три типа предпринимательской деятельности[[7]](#footnote-7):

**- Производственная деятельность.** Производственное предпринимательство не является абсолютно самостоятельным (не зависимым от других видов предпринимательской деятельности), но от его развития зависят экономический рост и уровень социального развития общества.Структурная перестройка экономики не обеспечила необходимых условий для развития производственного предпринимательства, поэтому в России оно является наиболее рисковым занятием.

**- Коммерческо-торговая деятельность.** Эта деятельностьмобильна, быстро приспосабливается к потребностям, так как непосредственно связана с конкретными потребителями. Считается, что для развития торгового предпринимательства необходимы как минимум два основных условия: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары (поэтому обязательно хорошее знание рынка) и более низкая закупочная цена товаров у производителей, что позволяет торговцам возместить торговые издержки и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования.

**- Финансово-кредитная деятельность.** Это специализированная область предпринимательской деятельности, характерной особенностью которой является то, что предметом купли-продажи выступают ценные бумаги (акции, облигации), валютные ценности и национальные деньги (российский рубль). Для целей финансово-кредитного предпринимательства образуется специализированная система организаций: коммерческие банки, финансово-кредитные компании (фирмы), фондовые, валютные биржи. В 1993 году в России производственным предпринимательством было занято 4%, финансовой деятельностью – 3%, коммерческой – 93%. Кто они? В основном это были люди, которые ставили целью заработать большое количество денег любым доступным способом, таких среди нынешних предпринимателей около 80%. На мой взгляд, те, кто принимает ключевые решения в российском бизнесе – это бывшая «партийно-хозяйственная номенклатура», которая быстро освоила новые формы инновационного поведения. При этом данная категория предпринимателей, используя старые неформальные связи, извлекает доход из факторов неопределенности рыночной среды. Это подтверждается следующими фактами. Первые кооперативы (1988 год) были использованы для приватизации партийной, комсомольской и государственной собственности, планомерного создания структуры «невидимой партийной экономики». У мелкого и среднего предпринимателя (как объекта управления) особые интересы, которыми манипулирует малочисленный слой элиты. Согласно логике государственные органы не могут быть субъектом инновационного процесса в принципе. Дело все в том, что социальная сторона предпринимательства детерминируется властной социокультурной средой российского общества. Оно базируется на трансляционной, селекционной и инновационной функциях. Согласно данным еженедельника «Деньги», в 1995 году вице-премьер Правительства О. Сосковец «прокрутил» через фирму «Властелина» 200 млрд. руб. (в ценах 1993 года), прокурор г. Подольска г-н Хиль – 2,5 млрд. руб. Это государственные органы, использующие «неклассические эффекты» предпринимательского поведения. Многочисленные союзы, ассоциации, агентства, благотворительные фонды специально созданы для «делания денег». Они широко практикуют «выбивание» средств из государственного бюджета, отмывание денег, получение различных льгот, укрытие доходов от налогов. Данные факты лишь подтверждают гипотезу, согласно которой в российской экономике ключевые модели предпринимательского поведения организованы по принципу доминирования «номенклатурного» статусно-ролевого образца с вертикальной иерархией власти[[8]](#footnote-8). За обладание властью и получение предпринимательской прибыли между различными субъектами рынка, и по сей день, идет борьба, причем на коррумпированном и криминальном фоне – действиями, заканчивающимися расстрельными разборками и заказными убийствами предпринимателей.

1.2 Российское предпринимательство: основные черты и условия деятельности

Наряду с финансовыми и правовыми проблемами существуют и социальные проблемы. Во-первых, специфика российского бюрократизма. Не найдет предприниматель подхода к местной администрации – районной, областной, региональной и т.д. – ничего у него не выйдет. Не заплатит взятку – не будет он работать в этой сфере. Поскольку идет процесс концентрации капитала в сфере предпринимательства, то встает вопрос о безопасности бизнеса. С одной стороны криминал, с другой – отсутствие стройной системы финансово-правовой поддержки. Вторым вопросом выступает налогообложение. Сегодня фактически идет откровенное подавление частного бизнеса. По некоторым оценкам, эффективные предприниматели, как правило, 90% оборота держали в тени. В социальном плане они становятся финансовой основой криминального мира. Уходя в «тень», предприниматели как бы избегают риска потерять накопленный капитал, но одновременно притягивают к себе пристальное внимание криминала. С другой стороны, расширение теневого сектора за счет пополнения его новыми предпринимательскими структурами, в свою очередь, негативно сказывается на подорванной финансово-банковской системе, так как в этом секторе универсальным платежным средством является доллар, а не рубль. В данной ситуации представляется оправданным, во-первых, сократить налогооблагаемую базу для предпринимателей, приводящих импортозаменяющую продукцию (импорт может существовать там, где нет условий для собственного производства продукции). Во-вторых, снизить налоги для предприятий инновационного бизнеса и, прежде всего тем научным структурам, которые осуществляют фундаментальные исследования задельного характера. Одним из возможных шагов в данном направлении могла бы служить отмена для таких предприятий налога на имущество[[9]](#footnote-9).

Согласно Р. Мертону, потребности бизнеса в принципе нельзя удовлетворить обычными и одобренными культурой средствами – социальными структурами, выступающими в своей явной (не латентной) форме. Поэтому незаконная, но не менее эффективная организация – часть неформальной машины, представляют недостающие услуги. Р.Мертон приводит множество парадоксальных примеров, годящихся как для тогдашней Америки, так и для нынешней России: дипломированный судья выносит приговор рэкетиру, рядом с которым он сидел еще вчера на неформальном ужине среди политических заправил; районный прокурор сталкивается с освобожденным преступником на собрании политической элиты.

Развивая идеи Р.Мертона, Г. Беккер отмечает, что люди решают стать преступниками по тем же соображениям, по каким они становятся инженерами или учителями. А именно потому, что ожидают, будто «прибыль» от решения стать преступником есть приведенная цена всей суммы разностей между выгодами и издержками, как не денежными, так и денежными, и превосходит «прибыль» от занятия иными профессиями.

В соответствии с действующим российским законодательством имеются два субъекта малого предпринимательства - руководители малых предприятий и индивидуальные предприниматели, не регистрирующие юридическое лицо. Самозанятых и малых предпринимателей роднят их особые карьерные шансы, потенциальная мобильность. Самозанятые - сегодняшние полупредприниматели, способные стать предпринимателями через определенное время и/или при определенных обстоятельствах.

Сближает их, видимо, и сходная самоидентификация: самозанятые склонны отождествлять себя с малыми предпринимателями или приближать себя к этому более высокому статусу. В России определяющим критерием для выделения руководителей малых предприятий стало количество занятых на предприятии. Данный фактор, выбранный в силу относительной простоты и инфляционной устойчивости данного показателя. В соответствии с Законом "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации" от 14 июня 1995 г. было установлено следующее максимальное количество рабочих и служащих (включая совместителей и работающих по договорам). Промышленность и строительство – 100 чел. Наука и научное обслуживание - 60 чел. Розничная торговля, бытовое обслуживание - 30 чел. Общественное питание, другая непроизводственная деятельность - 50 чел.

Люди, которые приходят к занятию частным бизнесом, очень разные. Но типичная для них черта – внутренняя психологическая стойкость. Я имею в виду тех людей, которые пошли сюда сознательно. Много предпринимателей, которые сменили много направлений деятельности и неоднократно разорялись, и, тем не менее, они стараются держаться на плаву – эти люди устойчивы в жизни. Это особый тип людей. В нашем предпринимательстве я бы выделила следующие три категории предпринимателей[[10]](#footnote-10). Прежде всего, «типичный» бизнесмен. Он возник из сложившейся ситуации, его сфера деятельности – «купи – продай». Другой тип – «случайный» предприниматель. Развалилось предприятие, на котором он работал, ощущал огромную пользу от своей работы. Ему деваться некуда, и он пытается заняться частным бизнесом. Что-то получается, что-то нет, он старается изо всех сил. Наконец «подлинный» предприниматель, обладающий внутренней готовностью к инновационному риску. Из «типичных», может выйти какое – то количество предпринимателей настоящих. Из «случайных» - меньше: вот стабилизируется производство, и те, кому занятие частным бизнесом претит, но они вынуждены его продолжать, вернутся на свое производство работать по своей специальности, или разорятся, потому, что не обладают необходимыми способностями. Но в целом среди творческого населения, обладающего определенным потенциалом, при целенаправленной политике государства можно сформировать слой предпринимателей. Ведь можно обладать способностями, но реализовать их только при определенных условиях.

Хотелось бы затронуть вопрос женского предпринимательства в России, та как мы привыкли с момента возникновения процесса частного бизнеса, что предприниматель это мужчина. Однако в последнее время в России женщина – предприниматель становится явлением привычным. Женщины – предприниматели никогда не рассчитывали на шальные деньги, которые как-то прошли мимо. А вот качество и уникальность товарной марки у них присутствует. Дело в том, что они стали работать в частном бизнесе на основании своего бывшего опыта. Как правило, они возглавляли фирмы, на которых и раньше работали. И зарекомендовали себя достаточно хорошо, работают по наработанным связям. Если говорить о концентрации капитала – ушел капитал от женщин, нет у них возможности финансирования, очень сложный этот вопрос для них. Профессионализм – высокий. Женщины – предприниматели имеют свой плюс: они, по сравнению с мужчинами – предпринимателями, гораздо более гибко и мобильно решают многие проблемы и конфликты. Важная проблема, которая пока не решается ни у тех и не у других – это проблема нецивилизованной конкуренции. Особенно женщинам приходится тяжелее, поскольку концентрация исходных капиталов мала. Одно определенно можно утверждать – развитие женской составляющей в предпринимательстве идет достаточно интенсивно. Оно и дальше будет продолжаться, и мне кажется, что никакие экономические и политические преобразования не смогут остановить этот процесс, потому, что он инициализируется не только экономическими параметрами, но и сильной внутренней мотивацией женщин – добиться положения, самоутвердиться, реализовать свой профессионализм. Данный фактор является одним из важнейших элементов социализации личности через предпринимательскую деятельность, что вновь указывает на социальный аспект вопроса о предпринимательстве, как об определенной социальной группе[[11]](#footnote-11).

Исключительная пристальность к этой социальной группе означает, что предприниматели стали основой современного общества. Также можно добавить, что не всегда показатель, как образование, является критерием оценки предпринимателя, так как некоторые предприниматели, как люди творческие и готовые на разумный риск, бывают выходцами из малообразованных слоев населения. Однако складывающаяся социокультурная обстановка в России требует выхода таких индивидов на новый уровень образования, что они в последствии и осуществляют.

Глава 2. Социальный портрет российского предпринимателя

2.1 Общее представление о российском предпринимателе

Развитие частного предпринимательства в России связано со специфическими проблемами: обеспечением внешних условий (законодательная база, административная поддержка, финансовое обеспечение и др.) и субъективным фактором внутренней подготовленности россиян к такого рода деятельности (наличие воли, энергии, самостоятельного мышления, ответственности и др.), а также с устойчивым критическим или пессимистическим отношением гуманитарной элиты практически к любым социально-экономическим явлениям, что создает не самую благоприятную общественную атмосферу для каких-либо положительных сдвигов.

О том, что предпринимательство сегодня переходит в новую стадию своего развития, красноречиво говорят цифры.

По данным исследования, доля предпринимателей в составе населения, (исключая крупный капитал), равна 2,7%. Число тех, кто хотел бы уже сейчас начать свое дело, составляет 36,6%.[[12]](#footnote-12) Сопоставление этих двух цифр свидетельствует о позитивном сдвиге в сознании россиян, которое выражается и в изменении отношения к предпринимателям, и в изменении отношения к богатству, и в изменении отношения к человеческим качествам. Однако в первую очередь необходимо выделить главный результат первой стадии: люди стали выходить из анемического состояния, вызванного резким переходом к рыночной экономике. Период безвольной апатии закончился. Желание попробовать себя в предпринимательстве с полным правом можно считать формой социализации - возвращением в активную общественно-экономическую жизнь значительной части российского общества.

В этом смысле ситуацию с предпринимательством в сегодняшней России можно оценивать с двух точек зрения: как обстоит дело сейчас, и что можно ожидать завтра. Эмоциональная настроенность оценок и аналитических выводов также разделится в зависимости от выбранной точки. В первом случае выводы будут неутешительными: российское предпринимательство находится в зачаточной стадии и, с учетом нынешних обстоятельств, перспективы на будущее должны описываться в сдержанно-критических тонах. Во втором случае, придется учесть, что российское предпринимательство только-только вышло из колыбели, что его нынешнее состояние ни о чем не говорит, что скрытые резервы предпринимательства мало изучены, и что с учетом прогрессирующей динамики любого роста (и соответствующей государственной политики) мы вправе ожидать в ближайшее десятилетие предпринимательской революции.

Потенциальные предприниматели приблизительно равномерно распределены по территории Российской Федерации. Так, общее число желающих начать свое дело на селе составляет 49,5%, в мегаполисах — 38,8%[[13]](#footnote-13).

Потенциальные предприниматели не считают отсутствие высшего образования препятствием для организации своего дела. Более того, предпринимательство становится альтернативной социальной лестницей, открывающей многообещающие перспективы тем, кому в прежнее время социальный рост был заказан.

Наибольший интерес к предпринимательской деятельности обнаруживает молодежь.

Так, например, на вопрос «вопрос «хотели бы вы заняться собственным бизнесом?» положительно ответили 36,6% («да, хотел бы» и «скорее хотел бы»)[[14]](#footnote-14).

В группе «оптимистов» решающим фактором выступает молодость: чем человек моложе, тем смелее он смотрит в будущее. Молодежная группа 18–24 года лидирует (32,1%). Ответы представителей остальных возрастных групп расположились по убывающей. Среди тех, кому 45–59 лет, таких 16,6% (у людей старше 60 лет — 2,8%). В группе «сдержанных оптимистов» ответы распределились более пропорционально (лидируют люди в возрасте 25–34 года — 27,2%. Разница между возрастными группами здесь не превышает 5%.

Наибольшее число желающих открыть свое дело находятся на низких образовательных ступенях.

Социальной базой современного российского предпринимательства служат «средний» и «ниже среднего» слои общества. Потенциальные предприниматели — это обычные по всем показателям люди, выделяющиеся из массы лишь большей энергичностью и волей. Эпоха предпринимателей - авантюристов, сорвавших куш на заре экономических преобразований в атмосфере законодательной неразберихи закончилась. «Средний класс», традиционно считающийся социальной основой предпринимательства, в России не является доминирующим (по разным оценкам до 25%) и по многим своим чертам (характер и уровень потребления, образовательный и профессиональный статус членов) еще только формируется. Принадлежность к «среднему» социальному слою, по оценкам самих респондентов, получает другой смысл. Естественно, что каждый из предпринимателей имеет свой личный, особенный жизненный путь и индивидуальные особенности в восприятии и оценки этого пути. Социально-профессиональный портрет среднестатистического потенциального предпринимателя говорит о подлинно массовом интересе к предпринимательству в современной России.

2.2 Ценностные и мотивационные приоритеты российских предпринимателей

Малый бизнес развивается в определенных центрах, на базе сложившихся неплохих стартовых условиях. Но он очень плохо приживается в целом по России. В этом отношении регионы очень дифференцированы. В связи с этим встает проблема оценки созданной государственной системы поддержки малого бизнеса, о чем есть крайне противоречивые данные. С социально-демографической точки зрения, мужчины составляют подавляющую часть предпринимателей. По более высокому уровню образования и накопленному капиталу предприниматели заметно выделяются на общем фоне[[15]](#footnote-15). Материальные позиции предпринимателей более высоки практически по всем показателям. Заметен разрыв с другими группами в семейных душевых доходах, он еще более возрастает при оценке индивидуальных заработков.

Количественные различия в накопленном личном имуществе не столь бросаются в глаза, но они есть. А по отдельным "знаковым" признакам (например, наличие автомобиля) уровень благосостояния предпринимателей намного превышает средний уровень. Предприниматели достаточно активно делают сбережения, хотя формы сбережений не отличаются разнообразием. Фактически в их руках сосредоточена основная масса валютных сбережений.

Более высокий уровень благосостояния проявляется в покупках предметов длительного пользования, недвижимости, пользовании платными услугами. Предприниматели реже вынуждены экономить, больше вкладывают в строительство и ремонт жилья, чаще имеют возможность восстановить свои силы за границей. Не удивительно, что и по всем субъективным параметрам свое материальное положение они оценивают более высоко.

Предприниматели относятся к категории "трудоголиков": их совокупная трудовая нагрузка в неделю превышает средний уровень на 15 часов. Предприниматели работают, когда остальные спят, путешествуют, когда другие сидят за обедом, планируют, когда другие развлекаются. Переработки связаны, прежде всего, с их основным делом. Основным трудовым мотивом для предпринимателей является высокий доход. Меньше других предприниматели заботятся о всякого рода удобствах и максимизации свободного времени. Тем не менее, фактор материального достатка не показатель, идентифицирующий какой либо слой общества как предпринимателей. В среде исследователей бизнеса существует широкий спектр мнений относительно феномена российского предпринимателя, а именно негативные оценки соседствуют с позитивными. В действительности модальный тип российского бизнесмена, конечно, далек от лучших образцов цивилизованного предпринимателя Европы, но не тождественен дикому, необузданному покорителю Америки, для которого главной мотивацией поведения выступает получение наибольшего количества материальных благ.

Каков же он на самом деле, наш предприниматель? На этот вопрос мы сможет ответить тогда, когда изучим доминирующие мотивы его жизнедеятельности.

Существует столько определений предпринимателей, сколько людей занимается предпринимательской деятельностью, поэтому в поисках эталона обратимся к классическому типу предпринимателя, достаточно полно описанному в литературе и откорректированному практикой бизнеса в наиболее развитых странах. Отправной точкой служит идея М. Вебера, связанная с протестантской этикой. По Веберу, настоящему предпринимателю так называемого европейского типа, чужда показная роскошь и расточительство, упоение властью. Его образу жизни свойственна аскетическая направленность. Богатство дает ему только ощущение хорошо исполненного долга в рамках своего призвания. Согласно более поздней концепции Й. Шумпетера, типичным предпринимательским мотивом выступает удовлетворение или радость от самого процесса и результатов свободного от бюрократических пут труда. Несмотря на разные мировоззренческие позиции и время, в которое создавались труды двух авторов, у них много общего. Однако в отличие от Вебера, акцентировавшего не столько предпринимательство, сколько капитализм в целом, Шумпетер на первый план выдвинул феномен предпринимательства. Производство понималось им в широком смысле этого – не столько как изготовление продукции, сколько как поиск свободной ниши на рынке. Доход служит показателем успешности организационно – новаторской деятельности предпринимателя, а значит его деловых качеств и престижа в обществе.

Свою жизнь он строит на виду у всех и где-то на зависть всем. Это уже не «скромный» капиталист – аскет, а динамичный и амбициозный творец своего счастья. Престиж для него крайне важен. Деньги сами по себе, без них общественного признания, теряют ценность. Поэтому он вынужден считаться с требованиями общества. И чем более цивилизовано данное общество, чем выше развита культура, тем более предприниматель разборчив в средствах достижения успеха. На данном этапе развитие культуры в России предопределило, что предприниматели не гнушаются ничем в достижении поставленной ими цели. Однако общество, задав культурные приоритеты предпринимательства, должно создать все необходимые условия для другого важного параметра – свободы деятельности, узловым регулятором которой выступает рынок. На пересечении этих двух составляющих и формируется феномен предпринимательской мотивации, которая детерминирована, прежде всего, потребностью человека в определенном роде занятии (деле), которое позволяет максимально полно задействовать творческие способности и самореализоваться.

Согласно обыденным представлениям для бизнесмена ничего важнее денег и прибыли нет. Между тем, как и научные, так и житейские представления по-своему верны, но отражают разные срезы психологической реальности. В одном случае, речь идет о более доступных восприятию реально действующих ценностях – стимулах конкретной предпринимательской деятельности, а в другом – о главных смыслообразующих ценностях жизни, трансформирующихся в её цель. В проведенном исследовании богатство, как главная ценность и цель жизни (именно эти слова присутствовали в анкете) занимает лишь пятую позицию, но как мотив предпринимательской деятельности – твердую вторую. Деньги и богатство в качестве идеала мало привлекательны. Иное дело те блага, с помощью которых можно приобрести: свободу, ощущение положения как хозяина своей судьбы и даже властные полномочия. При этом не исключается бытовой комфорт, предполагающий создание таких условий, которые бы способствовали восстановлению огромных затрат физической и психологической энергии, обеспечивали достаток в семье и широкие возможности для обучения детей. Следовательно, утверждения о глобальной меркантильности российских бизнесменов несколько преувеличены.

**Заключение**

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической деятельности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Потенциальный российский предприниматель — это не уникум, наделенный «экономическим» мышлением, не выходец из криминального мира, не человек, готовый ради наживы попрать все нравственные устои и т. д. По своему потребительскому статусу это типичный представитель среднего слоя общества. Средний возраст 38–40 лет (большая часть сегодняшних предпринимателей принадлежит к возрастным группам 25–34 и 35–44 лет). У них примерно одинаковый уровень образования — средний или средний специальный. Заявленная ими мотивация к предпринимательской деятельности — желание разбогатеть и жить сообразно своим представлениям о счастье — нисколько не объясняет их качественного отличия от остальной части населения. Отличия, скорее, в наличии у них дополнительной жизненной энергии.

Образовательный статус практически не играет роли в принятии решения об организации своего бизнеса. Даже наоборот, желающих организовать свое дело значительно больше среди людей с низким уровнем образования. Интеллектуалы, напротив, в бизнес не стремятся. Они скорее предпочтут обслуживать бизнес на выгодных для себя условиях.

Среди молодежи постепенно меняется отношение к высшему образованию. Если еще недавно высшее образование наделяло человека «прилагаемым» статусом, то есть воздвигало на социальную ступень без дополнительных усилий (одна из причин «массовости» высшего образования и невероятный рост числа высших учебных заведений в России в последнее десятилетие), то сегодня этого не происходит по причине ограниченности вакансий и, соответственно, усложнившейся процедуре социального продвижения. Сам факт того, что в бизнес стремятся молодые люди с низким уровнем образования, свидетельствует о том, что в бизнесе они видят альтернативный путь социального роста, своеобразный социальный лифт.

Отношение к жизни предпринимателей и будущих предпринимателей можно рассматривать как своеобразный индикатор запаса душевных сил у всей нации. Если сдержанный оптимизм у этой группы населения в ближайшее время не даст реальных плодов, то никакие законодательные реформы не сдвинут национальное дело с мертвой точки. Пока они справляются с жизнью и, несмотря на осторожные прогнозы, в целом ожидают в будущем улучшений[[16]](#footnote-16).

**Литература:**

1. Бородкин Ф.М., Михеева А.Р. «Социологические аспекты перехода к рыночной экономике» //Социс. - 1994 г. - № 7 часть № 2 г. Новосибирск ИЭ и ОПП СО РАН. – С. 34-40
2. Галкин А.А. Тенденции изменения социальной структуры // Социс. - 1998г. - №7. – С. 44-54
3. Дряхлов Н.И., Давыденко В.А. «Предпринимательство как объект и субъект управления» // Социс. – 1996г. - № 6 г. Новосибирск. – С. 120-125
4. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М., 1998. – С. 343
5. Кравченко А.И. Социология Макса Вебера: труд и экономика. М., 1997; Он же. Три капитализма в России // Социологические исследования. 1999. № 7. С. 16-25.
6. Кукс Л.П., Удальцова М.В. «Реформируемая Россия: социологический аспект. Материалы второй научной конференции» // Социс. – 1994г. - № 7г. Новосибирск НГАЭ и У. – С. 47-52
7. Крыштановская О. Анатомия советской элиты. М., 2004. С. 198. Ранее она анализировала эти процессы преемственности, делая упор на изучении политической элиты: Крыштановская О. Трансформация старой номенклатуры в новую российскую элиту // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 51-65.
8. Лапуста М.Г., Поршнев А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. «Предпринимательство»// М. - ИНФРА-М. – 2006г.- С. 203 - 210
9. Луман Н. Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество // Социология на пороге XXI века: новые направления исследований. М.: Интеллект. – 1998г. - №3. – С. 93 - 96
10. Олейников Д. Малый и средний бизнес России: от торговли к инновациям. // Business Woman. - № 25. – 2007. – С. 30-36; Шварц А. Социальная стратификация современного российского общества. // Российский экономический журнал.- 2008. - № 5. – С. 17-35
11. Савин В.И. «Предпринимательская среда в оценке предпринимателей» // Социс. - 1999 г. - № 7. - С. 95-98
12. Столяренко Л.Д. «Психология», СПб.: Лидер. – 2006г. – С. 519
13. Шварц А. Социальная стратификация современного российского общества. // Российский экономический журнал.- 2008. - № 5. – С. 17-35
14. Шелягина Н. А. Предпринимательство в условиях рынка. - М.: Экономика, 2007. – С. 567
15. Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Становление нового российского предпринимательства (социально-экономический аспект) / Под ред. В.В. Радаева. М.: Институт экономики РАН, 1994. С. 199-247.
16. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М. Прогресс, 1982. – С. 304

1. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М., 1998. – С. 343 [↑](#footnote-ref-1)
2. Крыштановская О. Анатомия советской элиты. М., 2004. С. 198. Ранее она анализировала эти процессы преемственности, делая упор на изучении политической элиты: Крыштановская О. Трансформация старой номенклатуры в новую российскую элиту // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 51-65. [↑](#footnote-ref-2)
3. Кравченко А.И. Социология Макса Вебера: труд и экономика. М., 1997; Он же. Три капитализма в России // Социологические исследования. 1999. № 7. С. 16-25 [↑](#footnote-ref-3)
4. Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Становление нового российского предпринимательства (социально-экономический аспект) / Под ред. В.В. Радаева. М.: Институт экономики РАН, 1994. С. 199-247 [↑](#footnote-ref-4)
5. Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Становление нового российского предпринимательства (социально-экономический аспект) / Под ред. В.В. Радаева. М.: Институт экономики РАН, 1994. С. 199-247 [↑](#footnote-ref-5)
6. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М. Прогресс, 1982. – С. 304 [↑](#footnote-ref-6)
7. Галкин А.А. Тенденции изменения социальной структуры // Социс. - 1998г. - №7. – С. 44-54 [↑](#footnote-ref-7)
8. Лапуста М.Г., Поршнев А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. «Предпринимательство»// М. - ИНФРА-М. – 2006г.- С. 203 - 210 [↑](#footnote-ref-8)
9. Кукс Л.П., Удальцова М.В. «Реформируемая Россия: социологический аспект. Материалы второй научной конференции» // Социс. – 1994г. - № 7г. Новосибирск НГАЭ и У. – С. 47-52 [↑](#footnote-ref-9)
10. Савин В.И. «Предпринимательская среда в оценке предпринимателей» // Социс. - 1999 г. - № 7. - С. 95-98 [↑](#footnote-ref-10)
11. Дряхлов Н.И., Давыденко В.А. «Предпринимательство как объект и субъект управления» // Социс. – 1996г. - № 6 г. Новосибирск. – С. 120-125 [↑](#footnote-ref-11)
12. Шварц А. Социальная стратификация современного российского общества. // Российский экономический журнал. -2008. - № 5. – С. 17-35. [↑](#footnote-ref-12)
13. Шварц А. Социальная стратификация современного российского общества. // Российский экономический журнал.- 2008. - № 5. – С. 17-35 [↑](#footnote-ref-13)
14. Олейников Д. Малый и средний бизнес России: от торговли к инновациям. // Business Woman. - № 25. – 2007. – С. 30-36; Шварц А. Социальная стратификация современного российского общества. // Российский экономический журнал.- 2008. - № 5. – С. 17-35

    Шварц А. Социальная стратификация современного российского общества. // Российский экономический журнал.- 2008. - № 5. – С. 17-35 [↑](#footnote-ref-14)
15. Кукс Л.П., Удальцова М.В. «Реформируемая Россия: социологический аспект. Материалы второй научной конференции» // Социс. – 1994г. - № 7г. Новосибирск НГАЭ и У. – С. 47-52 [↑](#footnote-ref-15)
16. Луман Н. Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество // Социология на пороге XXI века: новые направления исследований. М.: Интеллект. – 1998г. - №3. – С. 93 - 96 [↑](#footnote-ref-16)